

中国の国際観光動向と

訪日観光事情

——その特徴と背景——

梁 春香



一 中国の国際観光動向

中国が観光を一つの産業として、その育成に力を入れはじめたのは改革開放後、つまり一九七八年以降のことである。それ以来、中国の観光業は急速に発展し、国の基幹産業となって国民経済に大きな役割を果している。特に一九九六年は中国の観光業にとって意義深い年であった。というのは、この年に外国からの来訪者数（外国在住の華僑、香港、台湾、マカオの中国人を含む）が初めて五千万人台を超えて五一一三万人に達し、観光収入が一〇〇億米ドルを超えて一〇二億ドルに達したからである。さらに二〇〇五年の来訪者数は一億二〇二九万二三〇〇万人で、一九七八

年の世界観光順位五一位から四位に、観光収入は二九二億九六〇〇万米ドルで四一位から五位に急上昇している。これは中国の国際観光の一面である外国人受け入れの実績であるが、中国人の観光旅行事情はいささか異なっていて、八〇年代まではもっぱら国内観光に止まっていた。その後、中国経済の発展、国民生活レベルの向上、余暇時間の増大（週休二日制の導入）などによって、海外観光旅行（香港・マカオを含む）にも道が拓かれた。これは一九八三年の香港観光が端緒となり、続いて一九九一年に東南アジア諸国に、一九九五年からは世界の多くの国々に観光旅行ができるようになっていく。それ以来、中国人の出国者数は年を追って増加し、中国国家旅遊局の統計によると、出国者数は一九九六年の五〇六万七〇〇人から二〇〇五年

表1 中国の国際観光市場の構成と推移 (1999-2005年)

単位：万人

年	来訪外国人			出国中国人		
	人数	対前年比(%)	成長率(%)	人数	対前年比(%)	成長率(%)
1999	7,297.56	—	—	923.24	—	—
2000	8,344.39	10.0	14.6	1,047.26	1.2	13.4
2001	8,901.29	10.2	6.7	1,213.44	1.4	15.9
2002	9,790.83	9.9	10.0	1,660.23	1.7	36.8
2003	9,166.20	9.3	6.4	2,022.19	2.1	21.8
2004	10,900.00	8.8	19.0	2,885.00	2.3	42.7
2005	12,029.23	10.3	9.1	3,102.63	7.5	9.3

出所：『中国旅遊統計年鑑』各年度版により作成。

には三一〇二万六三〇〇人に昇り、一〇年間で六倍以上増加した計算になる。膨大な人口を擁する中国は、二一世紀に残された最後で最大の観光市場だと言われ、世界の旅行業者の注目を集めている。そこで本稿では、中国人の海外旅行の動向および訪日観光事情を把握することを目的とする。

まず国際観光の定義についてみてみよう。一般的に国際観光というのと、外国人来訪者の受け入れと本人の海外観光旅行の両方が含まれている。業界では前者のことをインバウンド(inbound)観光といい、後者のことをアウトバウンド(outbound)観光という。さらに観光交流の視点からいえば、双方向(two way)による観光が行われることを意味する。この意味で、かつての中国の国際観光は双方向ではなく、外国人来訪者の受け入れが主で、中国人の海外観光旅行はごく最近のことである。言い換えれば、中国人の海外観光旅行はごく最近のことである。始まったばかりといえよう。そのため、中国人の海外観光旅行はまだ初期の段階であり、国際観光におけるインバウンド観光とアウトバウンド観光の間には著しいアンバランスがあるのが現状である。しかし、今後、中国の国際観光はこれまでの一方通行から双方向へと転換されていくものと予想される。

表1に示したように、二一世紀に入ってから中国の国際観光の発展には目を見張るものがある。インバウンド(外国人の受け入れ)では、二〇〇三年にSARSのために前年より減少した以外は増加してきた。二〇〇〇年以降、二〇〇三年を除く五年の平均成長率は約一二%となっている。しかし、その成長ぶりは不安定だということを指摘しておきたい。一方のアウトバウンド観光(中国人の海外観光旅行)ではSARSの二〇〇三年も含めて減少したことがなく、増加の一途を辿った。二〇〇〇年以降の六年間の平均成長率は約二一%となっている。二〇〇五年には三千

万人台に達し、成長率こそ六年間のうちで最低レベルであるものの、出国者数は一九九九年より三倍以上も伸びた。今後も中国人の出国者が増えると予測され、しばらくはこれまでの高い伸び率が続くであろう。

二 中国人の海外観光旅行の現状

中国人の海外観光旅行は、一九八〇年代の香港、マカオ、タイへの親族訪問から本格的に始まった。この親族訪問は、九〇年代にはシンガポール、マレーシア、フィリピンに広がったが、それは政府指定の旅行社によるツアーへの参加という条件付きで許可されたものであった。このように、中国人の初期の海外旅行は、旅行先、旅行目的、旅行条件などに多くの制約があったが、一九九〇年代後半からはこれらの制約が緩和され、中国人旅行者を受け入れる国と地域も年々増加している。

なお、中国人の海外観光旅行の受け入れを日本政府が中国政府と合意したのは二〇〇〇年であり、ようやく中国人の訪日観光旅行が拡大される機運となった。表2は二〇〇四年と二〇〇五年の中国人の海外旅行の目的地上位一〇か国のリストであるが、日本は二年連続で第三位となっている。

さらに表2について次のことが言える。第一に、中国人

の海外旅行の目的地の一、二位は外国ではなく、中国の特別区である香港とマカオであった。二〇〇四年と二〇〇五年は二千万人以上が香港とマカオを目的地としており、出国した中国人の三人に二人が香港かマカオを訪問したことになる。これは、返還後の両地域と中国本土との連帯が強いことを意味する。第二に、外国の場合、中国人の海外旅

表2 中国人の海外旅行目的地上位10位の国と地域
(2004-2005年)

国名・地域名	2004年		2005年		対前年比 (%)
	順位	人数	順位	人数	
香港	1	1,300.16	1	1,352.54	4.0
マカオ	2	749.05	2	847.92	13.2
日本	3	102.13	3	111.70	9.4
ロシア	4	80.96	6	77.05	-0.95
ベトナム	5	78.57	4	84.50	7.5
韓国	6	69.90	5	84.33	12.1
タイ	7	68.25	7	59.55	-0.87
アメリカ	8	44.39	8	53.20	1.20
シンガポール	9	42.93	9	47.72	11.2
マレーシア	10	33.72	10	35.47	5.2

出所：『中国旅遊統計年鑑』2004年版、2005年版により作成。

行の目的地としては地理的に近い日本が二年連続三位となつてゐるが、一位、二位の香港とマカオを除けば、外国としての一位は実質日本だといえよう。四位から六位まではロシア、ベトナム、韓国といった隣国で占められてゐる。第三に、一〇位の中に入つてゐるロシアとベトナムは陸続きの隣国で、量的には多いものの、その中身は国境観光と国境貿易が中心であろう。第四に、東南アジアの国々である「新馬泰」（中国でシンガポール、マレーシア、タイのことを意味する）は一〇か国の中で下位にとどまつてゐることから、中国人の海外旅行の目的地が、従来の東南アジア諸国から地理的に近いアジアの最も近い隣国へとシフトしてゐるといえる。第五に、上位一〇か国のうち、アメリカを除けば、すべてアジアにある国と地域である。統計では、二〇〇四年の中国人海外観光旅行者二八八五万人のうち、九〇%以上がアジアへの旅行者で占められてゐた。また二〇〇五年も上位一〇位にあつた国と地域の順位は、ロシア、ベトナム、韓国の三国を除いて二〇〇四年と変わつてゐない。

中国人の海外旅行の目的地は、世界観光機関（UNWTO）の一九九八年の統計データをまとめると、一位東南アジア（二七・三%）、二位欧州諸国（二五・〇%）、三位アメリカ（一三・二%）の順であつた。二位と三位を合計すると約四〇%近い人々が欧米を海外観光旅行の目的地として

いたが、上述したように最近では中国人の海外旅行の目的地は主に近距離にあるアジアに変わったことがわかる。

そのなかで日本への中国人旅行者数も年々伸びてはいるが、統計をみると、二〇〇五年の中国人出国者数三千万人に対して、日本を訪問した者が一一一万人余りというのはあまりにも少なすぎることは明白である。これはまた二〇〇四年、二〇〇五年に訪中した三〇〇万人以上の日本人数に比べても不均衡といえる。

三 中国のアウトバウンド観光発展の特徴

中国のアウトバウンド観光発展の特徴として以下のことがあげられる。

(一) 短期間に出国者数が急増したこと

すでに述べたように中国人が海外観光旅行に行けるようになったのは八〇年代からのことで、本格的な大衆の海外旅行現象からみれば、今でも初期の段階といつてもよい。しかし、一九九九年にはまだ一千万人未満であつたが、二〇〇〇年以降、二〇〇五年までのわずか六年間で出国者数は年間三千万人を突破した。とくに二〇〇四年、二〇〇五年の増加は目立つ。その六年間の平均成長率が二〇%以上を保つてゐるのはおそらく世界でもまれな発展ぶりだと考

えられる。

(二) 出国者の出身地が集中していること

現在の中国では、都市部と農村部との間の経済格差および地域間経済格差が著しいが、そのような格差が海外観光旅行に反映することも無理はない。そのため、経済的に豊かな地域と国境に近い地域が主な海外観光旅行の送り出し市場になっている。統計では広東省、福建省、浙江省、北京市、上海市、さらに国境観光の大量産出地域の黒龍江省、雲南省、広西チワン族自治区、遼寧省、内モンゴル自治区が上位にあげられる。その中で、広東省はずっとトップを保っているが、これは香港とマカオに近いからである。このように中国の海外旅行の送り出し市場には強い地域性が反映されている。

これは、今のところ数千円以上を要する高価な海外観光旅行ができるのが主要都市部の比較的裕福な人々に限られているからだと見えよう。中国はまだ日本のような「海外格安」の時代ではなく、海外観光旅行が国内観光旅行よりもはるかに高いのが現状である。海外観光旅行は高価な買物であり、金持ちのステータス・シンボルの要素が強い。

(三) 購買力が高いこと

最近日本のメディアでよく訪日中国人の観光目的地での

観光行動が取り上げられている。ある日、テレビで中国南部の都市広州から来た中国人ツアーが九州を旅行している光景が放映されていた。中国人観光客は温泉や日本食を楽しんだり、スーパーでの買物を楽しんでいたが、記者の「どのくらいのお金をもってきたか」という質問に、そのうちの三人は、それぞれ五〇万円、六〇万円、九〇万円と答えていた。中国人観光客がそのスーパーで消費した金額は一人平均二〇万円だったという。紹介された中国からの旅行グループは、中国でも特に購買力のある裕福な階層の者である。そして観光旅行に行ける人の買物は、自分や家族のためだけでなく、親族や友人たちに頼まれていることも多い。また、文化的に中国人にも土産品贈答の習慣があり、旅先で購入したもの、とくに日本で購買したものは旅行の思い出になるだけでなく、自己顕示の手段になることもある。

(四) 個人的事由による出国者数の増加が目立つこと

一九九九年までは中国のアウトバウンド観光市場では、いわゆる公務・ビジネスが個人的事由のそれより多かった。それが二〇〇〇年から逆転して、二〇〇五年現在、公費（公務・ビジネス）はほぼ横ばいで、私費（個人）の出国者数が急増し、すでに中国のアウトバウンド観光市場の主体となっていることは明らかである。

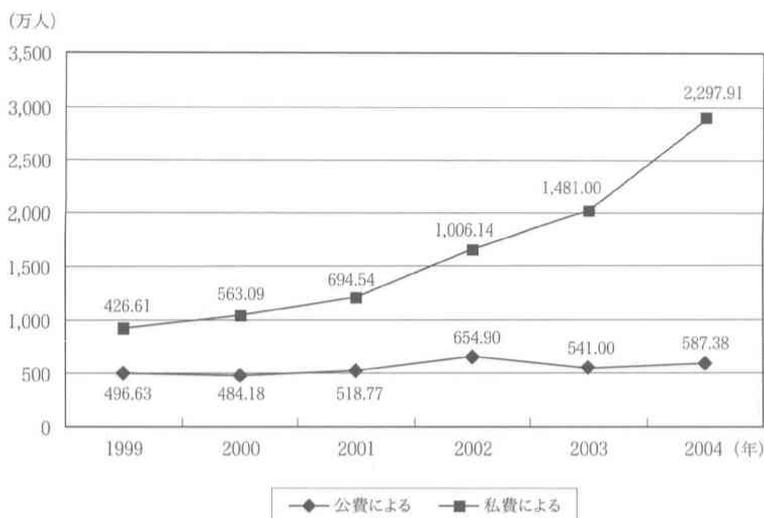


図1 出国者の旅費における公費と私費の比較

出所：『中国旅遊統計年鑑』各年版により作成。

図1は中国出国者の旅費負担の比較である。

(五) 団体旅行が増加傾向にあること

中国出国者の旅行形態は団体と個人に分けられるが、二〇〇四年を例にとってみると、出国者数二八八万二九〇〇人のうち、公務・ビジネスによる者は五八七万三八〇〇人で、個人的事由による者は二二九万七九〇〇人となっている。そのうち、旅行社主催の団体旅行の参加者数は五五八万六〇〇〇人で、全体の二一%を占めている。おおよそ五人に一人という割合で団体旅行の形態をとると考えられる。

このように団体志向が強くなったのは、主として次の二つの事情によるものと考えられる。第一に、出国のためのパスポートの申請、出国先のビザの取得などの手続きが煩雑で、個人でするよりも団体に加わって旅行代理店にやってもらおう方がはるかに楽であること、また、国によっては個人ではビザの取得が困難であること、第二に、初めて海外旅行をする人も多く、また高齢の旅行者のなかには安全、安心、便宜などから団体旅行を好む者が多いことである。

(六) 近隣諸国への出国者数が増加していること

中国はアジア最大の国で、国境線が長く、数多くの国々

と隣接している。中国の改革開放以降、まず隣接国との国境が開放され、主に国境地帯の居住者による国境貿易が始まり、それにともなつて国境観光も始まった。この種の人的往来が盛んになるにつれて、日本を含むアジアの最も近くにある韓国、ベトナム、ロシア、北朝鮮、そして香港、マカオという地域などが中国人の主要な海外旅行の目的地になつてきている。

なお、このように中国人が近隣諸国を旅行先として選ぶ要因には次のことが考えられよう。距離的に近いので、遠いヨーロッパやアメリカより相対的に旅行代金が安いなどの「経済的要因」、同じ文化圏なので親近感を持ちやすく、特に華僑の多いアジアの近隣国は中国人にとつて観光的魅力が大きいなどの「文化的要因」、ビザの取得が比較的容易になり、なかにはビザなしまたは条件付きのビザなしで観光旅行ができる国もあるなどの「受け入れ体制の要因」、中国経済の発展は東南アジア諸国の華僑、香港、台湾の資本に負うところが大きく、また周辺諸国との経済関係が深く結ばれているため、経済活動を行う一方、観光も兼ねるケースが多いなどの「ビジネス・業務上の要因」である。また最近の傾向として、これまでの多国周遊観光のパターンから、一国をゆつくり見る「一国観光時代」というタイトルの記事が中国の観光旅行業界紙に掲載されている。これは単純な観光旅行からバカンスを過ごすような夕

イプへと一部の市場動向が変化している表われたと捉えてよからう。

四 中国のアウトバウンド観光促進要因

中国の国際観光のアウトバウンド観光を急速に発展させた要因として次のことがあげられる。

(一) 経済的な促進要因

中国の経済発展に伴つて、国民の生活レベルが高くなつた。とくに豊かになつた都市部と沿海地域の住民は海外観光旅行の潜在市場となつている。というのは海外観光旅行の場合、一人当たりの国民総生産(GDP)、レジャー費用、可処分所得などと密接な関連性があるからである。『中国統計年鑑』(一九九二～二〇〇五年)の統計では中国の都市部住民の家庭平均可処分所得は一九九一年の一七〇〇・六元から二〇〇四年には九四二一・六元が上がつており、エンゲル係数は一九九一年の〇・五四三三から二〇〇四年の〇・三七七三に下がり、逆に娯楽文化教育関係の支出は一九九三年の一九四・〇一元から二〇〇四年の一〇三二・八元に増加している。また二〇〇三年に中国人の一人当たりのGDPが一〇〇〇ドルに達したことも、国民の海外観光旅行熱を一層高める要因と考えられよう。さらに最

近の「元高」も中国人の海外観光旅行熱に拍車をかけていると考えられる。

(二) 政府の政策と法制上の促進要因

中国政府による国民の海外観光旅行に関する政策と方針は、「大いにインバウンド観光を、積極的に国内観光を、適度にアウトバウンド観光を進展させる」というものであった。アウトバウンド観光については、さらに組織的、計画的、適量に進展させるという施策も打ち出していた。つまり中国のアウトバウンド観光は自然の流れによる発展ではなく、政府の行政指導のもとで段階的に進展させようという方針である。なお、二〇〇五年に採択された第十一期五か年計画(二〇〇六―二〇一〇)の中では、「国内観光を全面的に、インバウンド観光を積極的に、アウトバウンド観光を規範的に発展させる」とされ、従来からの「適度」発展が、「規範」発展に変更されている。ここでいう「規範」発展とは、経済発展によつて形成された観光発展の規律と政策法規に基づき、アウトバウンド観光の発展をコントロールするという意味である。

二〇〇六年現在、中国政府との間で中国人観光旅行者の受け入れを合意した八一の国と地域(観光目的指定国・ADS: Approved Destination Status)を表3にまとめた。この表からわかるようにアメリカはまだ中国の観光目的指定

表3 中国人の観光旅行者の受け入れ国と地域 (2006年3月1日現在)

時期(年)	国と地域名
1983-1999	香港、マカオ、タイ、シンガポール、マレーシア、フィリピン、オーストラリア、ニュージーランド、韓国
2000-2003	ブルネイ、ネパール、インドネシア、マルタ、トルコ、エジプト、ドイツ、インド、モルディブ、スリランカ、日本、ベトナム、カンボジア、ミャンマー(ビルマ)、キューバ、ハンガリー、パキスタン、南アフリカ共和国、クロアチア
2004-2006	ルクセンブルク、ポルトガル、スペイン、イタリア、オーストリア、フィンランド、スウェーデン、スロバキア、キプロス、デンマーク、アイスランド、アイルランド、ノルウェー、モーリシャス、チュニジア、セーシェル、ケニア、ルーマニア、スイス、リヒテンシュタイン、エチオピア、ジンバブエ、タンザニア、ザンビア、ヨルダン、北マリアナ諸島、フィジー、バヌアツ、イギリス、チリ、ジャマイカ、ブラジル、メキシコ、ペルー、アンチグア・バーブーダ、バルバドス、ラオス、モンゴル、トンガ、グレナダ、バハマ、セントルシア、ラトビア、リトアニア、スロベニア、チェコ、エストニア、ベルギー、オランダ、フランス、ロシア、ギリシャ、ポーランド

出所：中国国家旅遊局のホームページ <http://www.cnta.gov.cn> による。

国にはなっていない。にもかかわらず、アメリカは中国人の海外旅行目的地の上位一〇か国に入っている（表2参照）。もし、表2が中国人の海外観光旅行者数を表わしているとするれば、多少矛盾がある。そのため表2のデータは中国人の出国者数の統計と捉えたほうが妥当と思われる。個人的な意見を述べれば、この観光目的指定国とは、国内外の事情によってとられている過渡的な措置であり、中国人が世界のすべての国へ自由に観光旅行に行けるようになるれば、その必要性はなくなるであろう。

表3のとおり、受け入れ国八一か国のうち、七二か国は、二〇〇〇年以降に中国人の観光旅行の目的地になった。また中国は世界貿易機関（WTO）の加盟国で、その規定に基づき、二〇〇五年一月三十一日に外資系旅行社設立に対する制限がなくなり、またこれまで個人的事由による出国申請の場合、相手国からの招聘状を必要としたが、今はこの制約もなくなった。これらの制約が徐々に緩和され、アウトバウンド観光のソフトインフラが順次整備されてはじめて国民の海外観光旅行が自由に行えるようになった。このように国境の壁が低くなって、中国人にドアが開けられたことが、中国のアウトバウンド観光発展の第一の要因ではないだろうか。

（三）中国人の価値観変化による要因

中国では一九九七年に週休二日、一九九九年より大型連休が導入され、年間一四日間の休暇がとれるようになって、レジャーという斬新な生活様式が多くの人々に認識されるようになった。これによってまとまった時間が必要ない海外観光旅行に行けるようになった。まだ一部の人間についてはあるが、休暇の過ごし方も、観光旅行に行くか行かないかではなく、どこへ行くかの選択になっている。つまり観光旅行はすでに生活の一部になりつつある。

五 中国人の訪日観光事情

日中間の観光交流の本格的な始まりは一九七二年の日中国交回復以降である。それまで中国人は自由に日本に行くことはできなかったし、日本人もまた自由に中国へ観光旅行をすることはできなかった。また中国は一九七八年以降、改革開放の一環により一般の国民も日本を含めた諸外国へ行けるようになったが、それは留学、公務、親族訪問などの目的に限られていた。観光という目的で行けるようになったのは二〇〇〇年以降のことである。図2は訪中日本人と訪日中国人の推移（二〇〇〇～二〇〇五年）を示したものである。

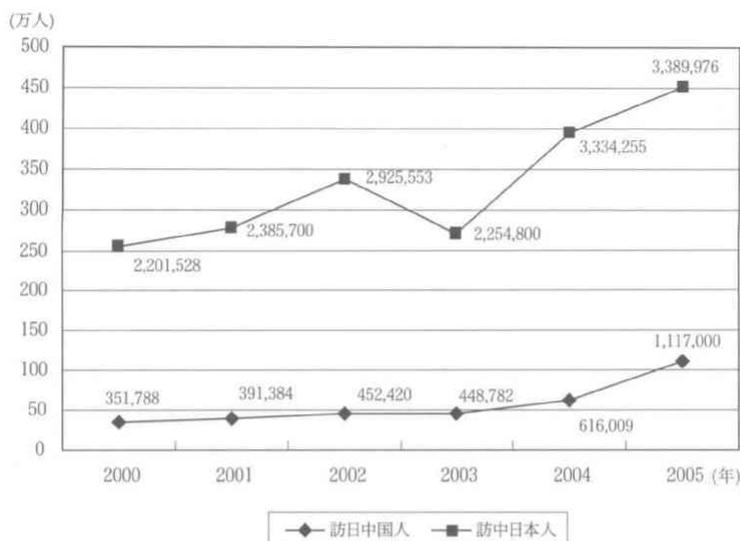


図2 日中相互訪問者数の比較

出所：『中国旅遊統計年鑑』各年版および『JNTO 国際観光白書』2004/2005年版により作成。

図2に示されているように、訪中日本人の数は、二〇〇三年はSARS発生のため前年よりもわずかに減少したが、翌年にはすぐ回復している。一方、訪日中国人は、二〇〇三年はやはりSARSのため多少減っているが、翌年には回復し、以後はむしろ急速に増加している。これらの数字は人数からいえばまだ少ないが、日本は中国人の海外観光旅行目的国で連続二年、香港、マカオに次ぎ、三位になっている。

これまでの統計データをまとめてみると、中国人の訪日観光旅行、とくに訪日ツアーが大量に訪れるシーズンは、二月前後にある中国の春節（旧正月）、五月一日の労働節（メーデー）からのゴールデンウィーク、一〇月一日の国慶節（中国建国記念日）からのゴールデンウィークといった、三回の一週間にわたる大型連休期間であることがはっきりしている。また、日本の祭りや国際的なイベントへの参加と見学、見物も訪日の有力市場となっている。中国国家旅遊局の統計によると、これまで団体で訪日した人数の推移は次のようである。二〇〇〇年一〇六二人、二〇〇一年一万六七五八人、二〇〇二年三万三四八五人、二〇〇三年三万一一一三人、二〇〇四年四万七四六九人、二〇〇五年五万七九七八人、二〇〇六年一二万三六〇〇人。この統計から、二〇〇〇年の一〇六二人から七年間で一二〇倍近い十数万になったという増加ぶりがわかるのみならず、今

後、中国人の大量訪日ツアー時代がやってくることもうかがえる。

ここで中国人の訪日市場について、私見を述べたい。

中国人の訪日は、日本の経済、地域活性化に貢献できることはもちろんであるが、これはあくまでも中国人の訪日によってもたらされる効果の一面にすぎない。私は次の諸点を強調したい。

まず第一に、中国人の訪日誘致は、中国人に日本を知ってもらい、両国民の相互理解を深めることを出発点におくことが大事である。これは日中関係を良好にするために不可欠のプロセスであると思われる。最初から経済的な側面を強調すると、観光交流の意義が損なわれるおそれがある。

第二に、地方都市における観光の魅力をアピールして、大都市集中から地方都市に分散させるよう提言したい。国際観光振興機構（JNTO）の訪日外国人旅行者調査統計（二〇〇三～二〇〇四年）によると、訪日中国人の訪問先（訪問率）は、東京都六六・二％、大阪府四三・七％、京都府二六・三％、神奈川県二〇・二％で、それ以外は二〇％以下であるという。つまり、関東では東京都と神奈川県（主に横浜である）、関西では大阪府と京都府の二極集中になっている。日中間の航空路線で結ばれている地方都市は少なくないが、多くの路線は利用客が少ないために航空運賃が高いか、あるいはその逆の悪循環になっている。この

ような現状を改善するには、航空会社だけでなく、官民の努力が必要で、例えば「日中観光特定指定地方都市」などが考えられないだろうか。この場合、日中双方を悩ませている失踪者の問題があるだろうが、この問題に関して、一般化させないことが重要と思われる。

第三に、適正な訪日観光旅行価格の設定が必要である。中国の旅行社のチラシに掲載された「格安」の訪日パック旅行の価格は、これほど安くても良い観光旅行ができるかと疑われるものが少なくない。費用が安ければ安いほど、質（旅行の内容）がおそろかになるのは当然である。このため、現地での追加費用でトラブルが起ころうケースも発生している。この問題を解決するために、中国国家旅遊局は二〇〇七年、ゴールデンウィーク中の中国人旅行者のために、一七の国と地域のアウトバウンド観光旅行商品の参考費用を発表した。その中で、日本旅行の金額と内容は次のとおりである。

宿泊…五星ホテル 七八〇～二〇〇〇元
四星ホテル 五〇〇～一二〇〇元
三星ホテル 四〇〇～一〇〇〇元
食事…六品料理一スープ（団体の場合）
一人当たり一二〇元

ガイドへのチップ…四〇元
この価格問題は必ずしも簡単には片づかないと思われる

る。中国と日本の生活水準に差があるため、日本国内における観光旅行代金をそのまま中国人に提示すれば割高と感じられるのは当然である。逆にあまり安くとなると商品の信用性が低くなる。日中観光交流の拡大につれて、費用も課題のひとつになってきているようである。価格問題も含めて、日中観光業界の関係者が共同して日中間の観光市場調査を行い、訪日観光市場の需要、観光市場の客層、両国の観光交流を妨げている要因などの現状を分析・把握し、改善のための具体策を策定・実施する必要性があると考えられる。

これまで述べたように二〇〇五年の中国人の出国者数はすでに三千万人台を突破して、アジアでは一番の観光旅行者の送り出し国になっている。この数字は中国の人口一三億から見れば微々たるものであり、もし中国国民が十分に豊かになってその一割に当たる一億三千万人が海外旅行をするようになれば、日本も含めて世界の観光市場を少なからず潤すことになろう。中国の人口一三億の一割が海外旅行をするということとは、かならずしも幻想ではない。なぜなら中国の国内観光市場は最近急速に成長しはじめているからである。『中国旅遊統計年鑑』（二〇〇六年）の統計によると、二〇〇五年に国内旅行をした中国人は一億二億人余りで、それは人口の九〇%以上に相当する。こうした国内

観光市場の成熟が、やがて海外観光へと繋がることは十分に考えられることであり、世界観光機関（UNWTO）は、二〇一〇年の中国のアウトバウンド観光を三〇三〇万人、二〇二〇年には一億に達すると予測している。二〇一〇年の予測値はすでに二〇〇五年に達成されている。二一世紀の中国は、世界観光の主要送り出し市場になり、世界観光の構図を変えることになるであろう。

注

- 〈1〉『中国旅遊統計年鑑』による。
〈2〉世界観光機関の統計による。

参考文献

- 国家旅遊局『中国旅遊統計年鑑』各年版、中国旅遊出版社。
国際観光振興機構（JNTO）『JNTO 国際観光白書——世界と日本の国際観光交流の動向』各年版、国際観光サービスセンター。

梁春香「北東アジア諸国の観光交流に関する研究」ERINA REPORT Vol. 31、環日本海経済研究所。

夏林根主編『国際化進程中的中国旅遊業』上海三聯書店、二〇〇六年。